

**PERSEPSI MASYARAKAT SURABAYA TENTANG JUDI DALAM  
ACARA KUIS YANG DITAYANGKAN DI TELEVISI  
( Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Masyarakat Surabaya  
Tentang Judi Dalam Acara Kuis Yang Ditayangkan di Televisi )**

**SKRIPSI**



**OLEH  
LINTANG PERWIRA YUDA  
0643010348**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2011**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Persepsi .....	10
2.1.1.1. Jenis Persepsi .....	15
2.1.1.2. Karakteristik Persepsi .....	16
2.1.1.3. Faktor Yang Berperan Dalam Persepsi .....	17
2.1.1.4. Proses Persepsi .....	18
2.1.1.5. Proses Terjadinya Persepsi .....	19
2.1.2. Kuis .....	20
2.1.3. Definisi Judi .....	20

2.1.4. Teori Kultivasi .....	20
2.2. Kerangka Berfikir .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Metode Penelitian .....	23
3.2. Unit Analisis .....	24
3.2.1. Acara Kuis Yang Mengandung Judi .....	24
3.2.2. Judi .....	24
3.2.3. Persepsi .....	24
3.3. Lokasi Penelitian .....	25
3.4. Subyek dan Informan Penelitian .....	26
3.5. Teknik Pengumpulan data .....	27
3.6. Teknik Analisis Data .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
4.1.1. Gambaran Umum Surabaya .....	30
4.1.2. Gambaran Umum Kuis .....	32
4.2. Penyajian Data .....	34
4.2.1. Identitas Informan .....	35
4.2.2. Hasil Wawancara .....	37
4.2.2.1. Deskripsi Persepsi Masyarakat Secara Umum Terhadap Tayangan Televisi .....	37
4.3. Pembahasan .....	71

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan .....	73
5.2. Saran .....	73

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Potongan Scene Kuis Super Deal 2 Milyar .....	33
Gambar 4.2.	Potongan Scene Kuis 1 Lawan 100 .....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide

Lampiran 2. Hasil Wawancara



## ABSTRAKSI

Lintang Perwira Yuda, Persepsi Masyarakat Surabaya Tentang Judi Dalam Acara Kuis Yang Ditayangkan Di Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Surabaya Tentang Judi Dalam Acara Kuis Yang Ditayangkan Di Televisi).

Pada zaman modern seperti sekarang ini banyak hal yang mengalami perkembangan pesat dan jauh lebih maju dari sebelumnya yakni meliputi berbagai aspek dalam kehidupan bermasyarakat, mulai dari ilmu pengetahuan, teknologi, gaya hidup hingga pada aspek religi. Televisi sebagai salah satu media elektronik dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informatif hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Banyaknya berbagai macam acara kuis bermunculan di televisi, tetapi para Produser selaku pembuat acara tidak memikirkan efek-efek yang ditimbulkan jika kuis tersebut mengandung kecurangan, ketidakadilan, terutama mengandung efek perjudian. Diantara kuis-kuis yang disinyalir mengandung perjudian adalah kuis Super deal 2 Milyar, 1 lawan 100 dan kuis melalui sms di Televisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Surabaya tentang judi dalam acara kuis yang ditayangkan di Televisi.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah acara kuis yang mengandung judi dan Persepsi. Subjek dan informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa, etnis tiong hoa, ulama, dan aparatur negara. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yang disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Melalui pendekatan metodologi ini akan dapat menjangkau secara komprehensif dengan tujuan tanpa mengurangi akurasi metodologi yang diinginkan.

Dari hasil pengujian diperoleh kesimpulan bahwa persepsi setiap orang terhadap penayangan sebuah acara televisi khususnya acara kuis umumnya berbeda-beda. Namun secara umum, para informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada unsur judi dalam acara kuis yang banyak ditayangkan di televisi karena acara kuis tersebut murni mengandung unsur hiburan atau *entertainment* untuk pemirsa. Adanya presenter dari kalangan artis atau artis yang menjadi bintang tamu atau peserta dalam acara kuis tadi serta besarnya hadiah yang ditawarkan adalah murni *content* dari acara kuis. Selain itu dengan ditayangkannya acara kuis tersebut di televisi membuat para informan berasumsi bahwa tayangan acara kuis tersebut telah memenuhi sensor dari pihak televisi sehingga layak untuk ditayangkan di televisi.

*Keyword: Judi, Kuis, Persepsi*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dari zaman ke zaman perkembangan kehidupan manusia selalu berkembang seiring berjalannya waktu. Pada zaman modern seperti sekarang ini hal yang mengalami perkembangan yang pesat dan jauh lebih maju dari sebelumnya meliputi berbagai aspek dalam kehidupan bermasyarakat, mulai dari ilmu pengetahuan, teknologi, gaya hidup hingga pada aspek religi. Televisi sebagai salah satu media elektronik dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informatif hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Bila dibandingkan dengan radio yg hanya didengar (*audible*), televisi jelas mempunyai pengaruh yang lebih kuat dalam kapasitasnya tersebut, karena selain siaran dapat juga didengar (*audible*) dan dapat juga dilihat (*visible*). Siaran televisi juga memiliki sifat-sifat. Siaran televisi juga memiliki sifat-sifat langsung, simultan, intim dan nyata (Mulyana, 1997:169).

Komunikasi dalam penyampaian dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan media massa. Media massa dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan sumber daya manusia, serta kesejahteraan masyarakat, sesuai dengan cara bagaimana pesan-pesan melalui media massa tersebut. Media massa merupakan suatu sarana untuk menghadapi perubahan-perubahan dalam kehidupan masyarakat. Sehingga dengan demikian diharapkan masyarakat dapat termotivasi untuk berperan serta dalam mensukseskan program-program



Pemerintah. Menurut Effendy (1994:23) pesan yang disampaikan dalam media massa bersifat umum karena ditujukan kepada kepentingan umum.

Jenis-jenis media massa adalah media massa cetak (Printed media), media massa elektronik (electronic media), dan media online (cyber media). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, televisi, dan film. Sedangkan media cetak berdasarkan formatnya terdiri dari Koran atau surat kabar, tabloid, newsletter, majalah, bulletin, dan buku. Media online adalah website internet yang berisikan informasi aktual layaknya media massa cetak. (<http://ukmoikonomia.blogspot.com/2007/11/pengertianjurnalistik.htm>1/06/04/2008/13.44).

Media televisi sebagai salah satu pioneer dalam penyebaran informasi dengan menggunakan perangkat satelit kini menjadi informasi yang terus berkembang pesat dan juga munculnya globalisasi informasi dimanapun bisa disaksikan lewat siaran jaringan televisi dengan membawa dampak begitu besar baik dalam bidang sosial, budaya, ekonomi politik dan lainnya.

Media televisi pada hakekatnya adalah *movie* atau *motion picture on the home* (Effendy, 1994:177) yang membuat pemirsanya tidak perlu keluar rumah untuk menontonnya. Hal tersebut merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki televisi dan keunggulan yang lain adalah televisi tersaji dalam bentuk audiovisual, dengan kata lain televisi adalah perpaduan antara radio dan film. Ini menjadi daya tarik kuat televisi. Selain mempunyai unsur kata-kata, sound effect, musik seperti radio, televisi mempunyai unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada pemirsa sehingga seolah-olah

khalayak berada ditempat peristiwa yang disiarkan ditempat peristiwa yang disiarkan oleh pemancar televisi itu.

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi dewasa ini akan membawa dampak yang sangat besar pada perkembangan pertelevisian saat ini. Suatu siaran televisi dituntut untuk dapat memberikan pengetahuan, pengalaman, bahkan sampai membuat para pemirsa peka terhadap masalah sosial yang ada. Sedangkan menurut pendapat lain, media televisi mempunyai daya tarik lebih tinggi sebagai media elektronik, dibandingkan dengan radio yang bersifat auditif (hanya dapat didengar). Sedangkan televisi sifatnya audiovisual, selain dapat didengar dapat juga dilihat dan segala sesuatunya bersifat bergerak atau hidup seolah-olah khalayak berada di tempat peristiwa yang disiarkan oleh pemancar televisi tersebut (Effendy, 1994:94).

Pada saat pertumbuhan dunia pertelevisian semakin meningkat. Televisi swasta yang berskala nasional di Indonesia saat ini terdapat 10 stasiun televisi yaitu RCTI, SCTV, TPI, INDOSIAR, ANTEVE, TRANSTV, TRANS 7, METRO TV, GLOBAL TV, dan TV ONE. Banyaknya televisi swasta nasional itu berdampak pada persaingan baru yang timbul diantara mereka. Dan diantara persaingan tersebut muncul pertelevisian yang bersifat regional (lokal). Persaingan tersebut menjadi televisi swasta berlomba-lomba menyajikan program-program acara yang menarik pemirsanya. Bila suatu stasiun televisi berhasil dalam suatu program acara yang dibuatnya, maka hal tersebut diikuti dengan televisi-televisi lainnya untuk membuat program acara yang sama. Dengan berbagai program yang

sama acara yang ditayangkan akan membuat para pemirsa televisi bebas memilih acara-acara mana yang paling disukai.

Banyak kesamaan acara program yang ditayangkan baik oleh televisi berskala regional, nasional maupun internasional salah satunya adalah tayangan hiburan. Setiap stasiun televisi memiliki tayangan hiburan, baik yang berskala nasional maupun internasional. Oleh sebab itu para produser acara membuat suatu acara semenarik mungkin, agar dapat disukai khlayak penikmat hiburan di televisi. Diantaranya acara kuis, ada berbagai macam acara kuis di televisi yang dibuat oleh para Produser, sehingga mereka berlomba-lomba membuat acara semenarik mungkin agar khalayak penikmat kuis lebih terhibur. Tetapi para Produser tidak memikirkan efek-efek yang ditimbulkan jika kuis tersebut mengandung kecurangan, ketidak adilan, terutama mengandung efek Perjudian.

Diantara kuis-kuis yang disinyalir mengandung Perjudian kuis Super deal 2 Milyar, 1 lawan 100 dan kuis melalui sms di Televisi. Berikut adalah sedikit gambaran dari kuis-kuis tersebut :

- Kuis Super deal 2 milyar di Anteve → kuis ini benar-benar menantang peserta untuk berani melakukan atau mempertaruhkan dari hadiah yang telah diterimanya untuk ditukar dengan hadiah lain, yang disimpan di kotak hadiah atau ditirai. Apabila salah dalam memilih tirai atau kotak hadiah maka peserta bisa saja mendapat hadiah “Zonk”, alias hadiah yang tidak ada nilainya, tapi bila sebaliknya, peserta bisa mendapatkan seperti mobil atau bisa saja menerima hadiah lebih besar dari hadiah yang telah diterima sebelum di pertaruhkan.

- Kuis 1 lawan 100 di Indosiar → Peserta dipilih acak oleh pembawa acara dan untuk memenangkan permainan ini peserta harus mengalahkan 100 orang lawannya dengan menjawab dengan benar seluruh pertanyaan yang ada. Jika mampu menjawab maka 100 peserta yang menjawab salah akan di eliminasi dalam permainan berikutnya. Tetapi sebelumnya seluruh peserta harus mempertaruhkan nilainya dan tetapi jika salah nilai yang di pertarukan akan otomatis bertambah di Peserta 1 tetapi jika benar nilainya akan di kali lipatkan.
- Kuis sms yang ada di televisi → kuis ini ditayangkan di televisi dengan berbagai macam hadiah yang ditawarkan, tetapi peserta harus melalui registrasi, disini Peserta memberikan pulsanya yang secara otomatis diambil oleh pembuat kuis, dan hadiah yang diberikan itu hanya fiktif belaka. Prosesnya peserta sudah benar menjawab tetapi masih saja banyak prosesnya seakan-akan mempersulit peserta dan akhirnya hadiah yang dipertaruhkan hangus.

Seperti halnya tayangan-tayangan televisi yang lain khususnya kuis, yang tidak lepas dari pemirsa baik individu, kelompok atau komunitas dan lainnya. Begitu pula acara kuis yang tersebut diatas yang pada awalnya membidik hiburan yang belum pernah ada di televisi Indonesia. Tetapi acara kuis-kuis tersebut hanya merupakan mengisi kekosongan acara hiburan yang sejenis, yang saat ini telah ditayangkan di televisi-televisi swasta lain di Indonesia.

Dampak dari acara kuis-kuis yang mengandung Perjudian adalah menjadikan sebagian dari masyarakat menganggap sepele mempertaruhkan sesuatu demi hiburan semata dan seringkali acara ini membuat pesertanya jengkel dengan penyesalannya setelah mempertaruhkan hadiahnya.

Salah satu komentar dari peserta Kuis Super deal 2 milyar M.Zainal Abidin “ *Malam itu saya menjadi salah satu peserta Kuis Super Deal 2 milyar, Saya dan kelompok baru mengetahui apa yang dilakukan oleh Persenter kepada peserta kuis. Ceritanya, hadiah utamanya adalah 2 milyar . hadiah yang akan didapat oleh seorang peserta jika akhir sesi ia dapat bermain dadu dan membuat penunjuk yang mengarah ke sebuah roda yang bertuliskan angka-angka pada nilai 2 milyar. Itu layaknya sebuah Permainan Kasino dengan sebuah dadu dan Lingkaran yang diputar oleh Bandar. Hmmm..saya yakin bahwa ada manipulasi alat yang digunakan untuk kuis tersebut. Bakal bangkrutlah Produsernya jika kondisialatnya normal, memungkinkan setiap Pemenang kuis membawa uang 2 milyar pada setiap penayangan.*

Acara-acara kuis adalah hiburan untuk khalayak, diputar atau ditayangkan pada saat keluarga berkumpul. Dan juga acara ini menjadi penting karena sebagian kuis dengan rating tinggi dan memberikan penawaran hadiah yang cukup menggiurkan.

Dari semua peristiwa yang sudah peneliti sebutkan, maka dapat dipastikan menimbulkan beberapa persepsi dari masyarakat. Di samping itu, dalam sebuah acara televisi seperti acara kuis sangatlah memberikan hiburan kepada masyarakat karena Hadiah yang besar serta bisa dipertaruhkan ke hadiah yang lebih besar, tetapi melalui proses yang mendebarkan,jika peserta salah pilih teka-teki hadiah maka hanguslah hadiah yang didapatnya. Dengan demikian semakin banyak pula persepsi dari masyarakat.

Persepsi sendiri merupakan inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti dari persepsi yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. (Mulyana, 2001:167).

Persepsi merupakan penilaian atau cara pandang individu terhadap suatu objek yang dilatarbelakangi oleh pengalaman masing-masing individu terhadap objek tersebut yang berbeda-beda dan tingkat pengetahuannya yang berkaitan dengan transmisi, pengetahuan, keterampilan, dan juga kepercayaan.

Dalam sebuah proses persepsi, banyak rangsangan yang sampai pada kita melalui pancaindera kita, namun kita tidak menyampaikan itu semua secara acak. Alih-alih kita mengenali objek-objek tersebut secara spesifik, dan kejadian-kejadian tertentu yang memiliki pola tertentu. Alasannya sederhana saja, karena persepsi kita adalah suatu proses aktif yang menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang kita terima. (Mulyana, 2001:170).

Atensi tidak dapat terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung dianggap sebagai penyebab kejadian-kejadian berikutnya. (Mulyana, 2001:169).

Ini dapat dilihat dari kecenderungan kita dalam mempersepsi dan memperlakukan orang yang sama dengan perlakuan yang berbeda dengan pakaian yang berbeda. (Mulyana, 2001:347).

Beranjak dari masalah tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui secara pasti bagaimana persepsi masyarakat Surabaya Tentang judi dalam acara kuis yang ditayangkan di Televisi. Dan peneliti juga menitik beratkan penelitian ini pada masyarakat di kota Surabaya, sebagai kota metropolis yang penduduknya berbagai macam etnies dan golongan.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian singkat tentang latar belakang, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, adalah: “Bagaimana Persepsi Masyarakat Surabaya Tentang judi dalam acara kuis yang ditayangkan di Televisi ? “.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang permasalahan dan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Masyarakat Surabaya Tentang judi dalam acara kuis yang ditayangkan di Televisi

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Ada 2 manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini, yaitu :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi terutama dalam bidang komunikasi massa dan lebih memahami teori-teori komunikasi massa, memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta merangsang pihak lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut, khususnya dalam bidang komunikasi massa.

